

MAESTRÍA EN
**DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN Y
MERCADOTECNIA DIGITAL**
CON ESPECIALIDAD EN
**COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA
DIGITAL**

Facultad de
Comunicación



La Universidad Anáhuac surgió en 1964 con el objetivo fundamental de elevar la condición humana y social de los hombres y las mujeres de México, mediante la formación integral de líderes de acción positiva con valores y conciencia social.

MISIÓN

Contribuir a la formación integral de líderes de acción positiva y promover institucionalmente el desarrollo de las personas y de la sociedad, inspirados en los valores del humanismo cristiano.

MENSAJE DEL DIRECTOR



Nuestro programa se fundamenta en la sinergia entre la Comunicación y la Mercadotecnia, disciplinas que hoy impactan integralmente a las organizaciones, desde la misión corporativa hasta la dirección estratégica del negocio. Formamos especialistas en marketing con un perfil sólido en Branding, Mercados y Públicos, Marketing Digital, Neuromarketing y Análisis de Big Data que permitirá a nuestros egresados ser líderes altamente competitivos en el ámbito creativo y de negocios.

SOBRE LA FACULTAD

Fundada en 1970, la Facultad de Comunicación de la Universidad Anáhuac México ha renovado constantemente sus planes de estudio a fin de mantenerse a la vanguardia y responder adecuadamente a los retos que cada etapa de la historia de la sociedad de la información y el conocimiento le ha impuesto. Así, la Facultad ha contado con procesos de actualización y rediseño de sus planes de estudio, lo cual la ubica entre una de las más dinámicas dentro del amplio espectro de escuelas de comunicación del país y de Latinoamérica.

MISIÓN DE LA FACULTAD

Ser una comunidad universitaria que contribuye e impulsa el proceso de formación integral de las personas que por su excelente e innovadora preparación profesional y cultural de nivel internacional, por su profunda formación humana y moral inspirada en los valores perennes del humanismo cristiano, y por su genuina conciencia social sean líderes de acción positiva que promuevan el desarrollo del ser humano y de la sociedad.



SOBRE LA MAESTRÍA

La estructura y contenido de nuestro programa responde a las nuevas necesidades del sector empresarial que se han desarrollado en los últimos años y se dirigen hacia los conocimientos y habilidades que fomenten en el profesionalista la capacidad analítica, visión metodológica, comprensión de la realidad de los negocios e interacción con las diferentes áreas funcionales de la empresa, particularmente en los ámbitos de la mercadotecnia, la publicidad y la comunicación.

El posicionamiento que el programa ha logrado se debe a las alternativas de especialización en áreas como:

- Branding: construcción de marcas poderosas
- Publicidad, creatividad e innovación
- Mercadotecnia analítica
- Mercadotecnia digital

Lo anterior otorga una mayor profundización y enfoque en factores críticos de la organización, orientada a sus mercados y consumidores, a través de plataformas digitales y tradicionales.

OBJETIVO

Formar personas éticas y humanas con los conocimientos, habilidades y destrezas que les permitan asumir el desarrollo de su actividad como directores de mercadotecnia, con responsabilidad, perspectiva global y un enfoque empresarial.



PERFIL DE INGRESO

Egresados de las licenciaturas en Comunicación, Relaciones Públicas, Publicidad, Diseño Gráfico o de otra área profesional, con experiencia laboral vinculada a la mercadotecnia o campos afines que avale su capacidad para desarrollarse exitosamente en el programa (previa aprobación del Comité de Admisiones).

PERFIL DE EGRESO

Al concluir la Maestría en Comunicación y Mercadotecnia, el alumno tendrá las siguientes competencias profesionales y de investigación:- Dirigirá proyectos integrales y estrategias de construcción, desarrollo y comercialización de productos, servicios y marcas, de manera legal, creativa y exitosa, incorporando las últimas tendencias en la construcción de marcas genuinas, humanas, líderes y memorables que se preocupen por el bienestar de los diferentes públicos, con estricto cumplimiento de los códigos de ética y el cuidado del medioambiente en todos sus ámbitos.- Logrará un enfoque específico dentro de las áreas electivas profesionales que elija: -Branding (construcción de marcas poderosas) -Publicidad, creatividad e innovación -Mercadotecnia analítica -Mercadotecnia digital- Estructurará planes integrales de mercadotecnia mediante la toma de decisiones, a través del conocimiento profundo de los modelos actitudinales del consumidor, la investigación constante y la aplicación de las neurociencias.- Diseñará, producirá y medirá soluciones creativas e innovadoras de publicidad integrada a servicios y marcas que logren satisfacer y exceder las expectativas de los diferentes públicos, mediante estrategias avanzadas, técnicas y uso de la tecnología.

ÁREAS DE DESEMPEÑO PROFESIONAL Y PERSONAL

Los egresados podrán desarrollarse en puestos clave en áreas de mercadotecnia, comunicación, publicidad y afines, en empresas nacionales y multinacionales o en agencias especializadas, ocupando cargos directivos.

COMPETENCIAS PROFESIONALES

- Aplica los conocimientos y métodos filosóficos, para formar una visión integral y moderna de la persona, desde su quehacer profesional, que responda a las exigencias de la sociedad actual.
- Colabora en encontrar alternativas de solución a problemas o dilemas de tipo ético-humanista, que surgen en los distintos ámbitos de la actividad humana: familia, trabajo, sociedad.
- Desarrolla proyectos de forma integral, mediante el análisis de ideas, conceptos y argumentos de la filosofía personalista, para implementarlos en cualquier campo del conocimiento humano.
- Genera nuevos modelos a partir de teorías filosóficas personalistas, para difundir la importancia del humanismo cristiano, con impacto en los distintos ámbitos profesionales.

PLAN DE ESTUDIOS

Primer trimestre	Habilidades directivas para empresas de comunicación	Tendencias globales de la comunicación	Mercadotecnia integral y construcción de marcas
Segundo trimestre	Propiedad intelectual y legislación en la era digital	Inteligencia estratégica del consumidor	Habilidades analíticas y minería de datos
Tercer trimestre	Relaciones públicas estratégicas	Estrategias de comunicación publicitaria y patrocinios	Sistemas de negociación y compra de medios convencionales y digitales
Cuarto trimestre	Planeación estratégica de medios digitales y convencionales	Desarrollo de proyectos transmedia	Mercadotecnia digital
Quinto trimestre	Antropología de la acción directiva	Canales de distribución y retail	Electiva
Sexto trimestre	Estrategias de precio y promoción	Electiva	
Séptimo trimestre	Auditoría y evaluación de marcas	Seminario de emprendimiento en mercadotecnia digital y corporativa	
Octavo trimestre	Seminario de investigación y dirección de proyectos en mercadotecnia digital y corporativa	Electiva	

Áreas académicas

 Dirección, gestión y administración

 Investigación aplicada

 Mercadotecnia

 Economía y estrategia

 Electivas Profesionales

ESTRUCTURA CURRICULAR

- La duración es de 2 años en plan ideal.
- Está compuesta por ocho trimestres, cursando dos o tres materias al trimestre.
- Campus Norte y Campus Sur
- Se ofrecen dos tipos de horarios diseñados para que no interfieran con las actividades laborales de los estudiantes.

Tres días a la semana variable entre lunes y viernes, de 19:00 a 22:00 hrs. y sábados de 8:00 a 14:00 hrs.

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN Y APLICACIÓN DE CONOCIMIENTO

- Mercadotecnia
- Mercadotecnia Digital
- Comunicación
- Social Media
- Big Data
- Neuromarketing

TITULACIÓN

Contamos con 3 formas de titulación:

- **Examen General de Conocimiento:** El alumno de Maestría podrá optar por la presentación del Examen General de Conocimientos, el cual versará sobre los resultados de aprendizaje generales del Programa Académico cursado y, en general, los conocimientos, actitudes, valores y el desarrollo de habilidades logrados. Art. 48 CRA.
- **Estudios Complementarios (Diplomados):** el alumno que haya concluido la totalidad de los créditos del programa que cursó podrá elegir la opción de Estudios Complementarios. Estos son estudios acordes al perfil de egreso de los programas de Maestría, diseñados u homologados por la Facultad o Escuela, cuyo fin es profundizar o adicionar conocimientos y/o técnicas a la formación adquirida en el programa de Maestría cursado. Art. 53 CRA.
- **Trabajo Aplicativo Final:** el alumno podrá optar por obtener el Grado mediante la presentación de un Trabajo Aplicativo en el que plantee una solución práctica a un problema específico del campo profesional en que se desempeña, aplicando los conocimientos adquiridos en el programa cursado. El alcance del Trabajo deberá ser delimitado de forma conjunta por el Asesor del mismo y el Coordinador del Programa. Art. 60 CRA.



RECONOCIMIENTOS Y ACREDITACIONES

- La Facultad de Comunicación de nuestra Universidad es la segunda en América Latina en ser acreditada por el Accrediting Council on Education in Journalism and Mass Communication (ACEJMC).
- Se logró la acreditación internacional por parte del Consejo Latinoamericano de Acreditación de la Educación en Periodismo (CLAEP), que constituye la rama académica de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP). Es la segunda Facultad de Comunicación en el país en obtenerla.
- Es la primera Facultad de Comunicación del país en obtener la acreditación y reacreditación por el Consejo de Acreditación de la Comunicación (CONAC).
- La Facultad de Comunicación tiene la infraestructura tecnológica más avanzada de todas las escuelas y facultades de Comunicación del mundo de habla hispana, lo cual es reconocido por diversas empresas de tecnología, entre las que destacan Sony, Tascam y Avid.
- Programa acreditado por Comités Interinstitucionales para la Evaluación de la Educación Superior (CIEES).

CONVENIOS

- Shanghai International Studies University (SISU), Shanghai, China
- Asociación Mexicana de Comunicadores Organizacionales (AMCO)
- Asociación Mexicana de Agencias de Promociones (AMAPRO)
- Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad (AMAP)
- Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad Farmacéutica (AMAPF)
- Asociación Mexicana de Mercadotecnia Directa e Interactiva (Directa)
- Asociación Mexicana de Profesionales de Relaciones Públicas (PRORP)
- BBDO México
- Confederación de la Industria de la Comunicación Mercadotécnica en México (CICOM)
- Instituto Mexicano de Teleservicios (IMT)



ACTIVIDADES ADICIONALES

COMPROMISO SOCIAL

- El voluntariado más grande a nivel nacional de universidades privadas
- Brigadas nacionales e internacionales



ACTIVIDADES ARTÍSTICAS

- Visitas guiadas a centros culturales
- Presentaciones de danza, música y teatro
- Talleres de danza, música y canto, artes visuales y pintura

DEPORTES

- Gimnasio
- Muro para escalar
- Canchas (futbol soccer, futbol americano, tenis, voleibol, basquetbol y pádel)
- Pista de atletismo



PASTORAL

- Acción social
- Misiones de evangelización
- Actividades de formación integral y conciencia social
- Conferencias
- Retiros espirituales

The background of the slide is a grayscale photograph. The upper portion shows a modern building with a grid-like facade of windows. Below the building is a large, open courtyard or plaza. In the foreground of the courtyard, there are numerous white patio umbrellas and lounge chairs, suggesting an outdoor seating area for a cafe or restaurant. People are visible walking and sitting in the courtyard. The overall scene is bright and airy, with a clear sky.

“El marketing no es el arte de vender lo que uno produce, sino de saber qué producir”

- PHILIP KOTLER

PROCESO DE ADMISIÓN

Escanea o haz clic



Manual de proceso
de admisión



Plataforma
de admisión



Financiamiento



Convenios
de descuento

1

Integra tu expediente en la plataforma de admisiones con los requisitos de admisión.

2

Realiza tu entrevista con el coordinador del programa.

3

Una vez admitido, puedes inscribirte y activar tus materias.

REQUISITOS DE ADMISIÓN

- Acta de nacimiento
- CURP
- Identificación oficial
- Título de licenciatura por ambos lados
- Título electrónico de licenciatura*
- Archivo XML de título de licenciatura*
- Certificado de licenciatura por ambos lados
- Cédula profesional de licenciatura
- Certificado de idioma inglés (opcional)
- Comprobante de nivel A2 de español**
- Currículum
- Carta de motivos para ingresar al programa con una extensión de 350 a 400 palabras
- Documentos adicionales solicitados por la coordinación académica o la coordinación de operación académica

*Obligatorio en caso de titulación a partir de octubre del 2018.

**Obligatorio para interesados de países de habla no hispana.

MAESTRÍA EN DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN Y MERCADOTECNIA DIGITAL CON ESPECIALIDAD EN COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA DIGITAL

RECONOCIMIENTO ACADÉMICO

La Universidad Anáhuac México otorgará el grado de Especialista en Mercadotecnia Integral y el grado de Maestro en Comunicación y Mercadotecnia al participante que curse y apruebe el total de asignaturas del plan de estudios y la modalidad de titulación autorizada por esta Universidad. Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios de la Secretaría de Educación Pública por Decreto Presidencial publicado en el D.O.F. el 26 de noviembre de 1982.

Coordinación académica:

Dra. Erika Del Castillo Lince
erika.delcastillo@anahuac.mx
(55) 56270210 ext. 7284

INFORMES

Centro de Atención de Posgrado y Educación Continua
Tels.: +52 55 56 27 02 10 ext. 7100 y +52 55 53 28 80 87
posgrado@anahuac.mx
anahuac.mx/mexico
anahuac.mx/mexico/posgrados

Campus Norte

Av. Universidad Anáhuac 46, col. Lomas Anáhuac,
Huixquilucan, Estado de México, C.P. 52786

Campus Sur

Av. de los Tanques 865, col. Torres de Potrero,
Álvaro Obregón, Ciudad de México, C.P. 01840



Trasciende con conocimientos

Posgrados
ANÁHUAC

